

號刊

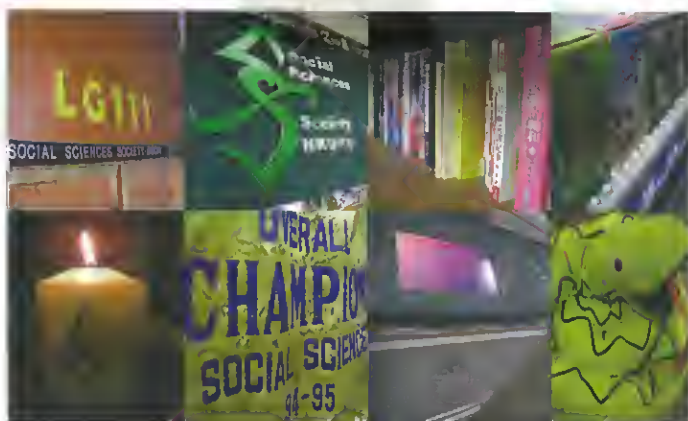
零四
五年
號

Voice
2005 April

從
一
杯
咖
啡
講
起

香港大學學生會
社會科學學會
Social Sciences Society hkusu





這一期的《號刊》共有三十二頁。

從一個旁觀者的角度來看，出版這本小書或許是一件簡單的事——每周出版的雜誌最少也有百多頁吧！但對一個初出茅廬的出版秘書來說，這實在是一項頗艱巨的工程。

最大的挑戰莫過於為此刊物定一個主題。二月十七日，starbucks 於港大開張的時候，當我看見那長長的，等待著索取免費飲品的人龍時，我忽然想到了：「就做咖啡吧！」

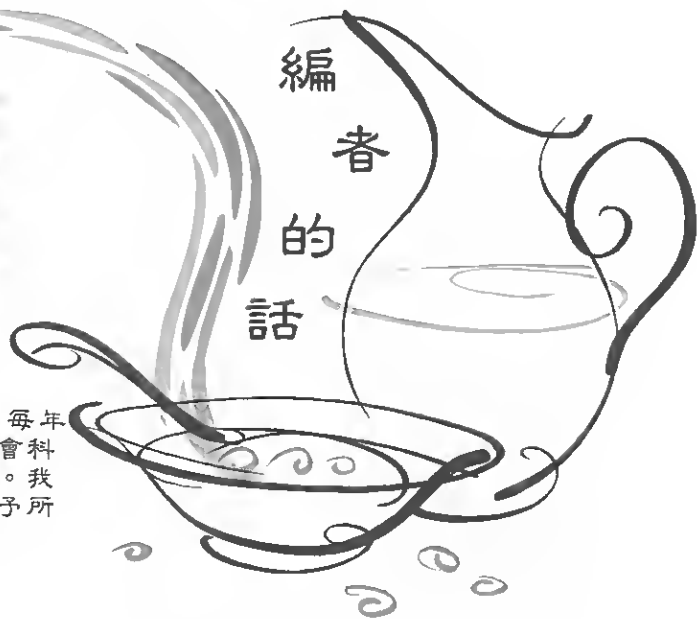
當你看到封面——《從一杯咖啡講起》的時候，你大概會懷疑：「咖啡與社會科學有何關聯？」事實上，我們覺得社會科學是充斥於我們日常生活的每事每物中的，普通如一杯咖啡，也已經包含了心理、社會文化，甚至是政治的意義。這難道不就是社會科學有趣的地方嗎？

製作這本刊物期間，咖啡總是與我常在〔每天也要喝上兩、三杯！〕；完成以後，每當我看見starbucks 的標誌，或在汽水機按下一罐雀巢咖啡時，一幕幕捱更抵夜的場面仍然歷歷在目。若我說，當你嗅到咖啡香時，你也會像我一般想起零五年四月號的《號刊》，那簡直是痴人說夢話〔有些會員甚至不清楚《號刊》是什麼…*〕；我只期望，各位讀者能享受地翻閱接下來數十頁的內容，或許某一天，你與朋友閒談時會無意間提起：「你知道嗎？原來咖啡是這樣的…」，我想，這已算是《號刊》一個小小的成就了！

總編輯：李端儀
編輯：羅楚欣
賴偉麟
胡家欣
文偉鋒
黃浩堅
鄧嘉雲

編
者
的
話

*《號刊》乃三蛇的會刊，每年多出版兩次，內容包括社會科學的資訊和三蛇的新動向。我們會把《號刊》免費派發予所有的必然會員。



從一杯咖啡講起...

- 咖啡魔術師 3
- Starbucks 的魔力 7
- 咖啡的天秤 14
- 參考資料 17

Faculty Messages 18

三蛇 - 薪火相傳 20

我們這一班蝗蟲 21

我們的會房 25

活動預告 26

會員投稿

- 三年級生的分享 27

- 回家。吃飯 28

- 特區政府的法治理念 29

目
錄

咖

啡

魔

術

師

可

能你不可一日無「此君」，但當你把一杯杯褐色的液體灌進肚子時，你真的知道這名為「咖啡」——這受歡迎程度僅次於水的飲料是什麼嗎？

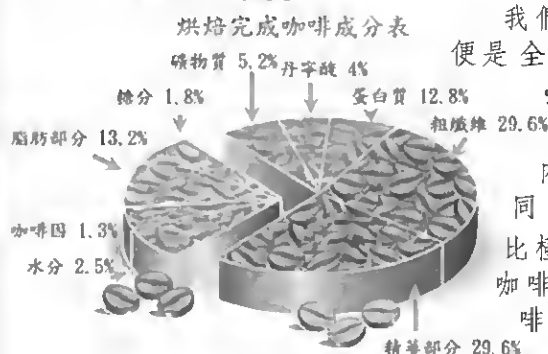
「咖啡」為什麼叫「咖啡」？

相傳咖啡是由非洲埃塞俄比亞(Ethiopia)高地一位名叫哥迪(Kaldi)的牧羊人發現的，他發覺他的羊兒在吃了一種植物的果實後，

突然變得充滿活力地四處蹦跳，之後他嘗試把這種果實分送給修道院的僧侶們吃，發現吃過的人皆覺得神清氣爽。因此這紅色果實後來漸漸被應用作提神的草藥，而這便是最早的生咖啡史事記載。

所有的歷史學家似乎都認同咖啡的誕生地為埃塞俄比亞的咖發(Kaffa)地區，這地方的讀音與咖啡的讀音相似。但最早有計劃栽培及食用咖啡的民族則是阿拉伯人，且咖啡這個名稱被認為源自於阿拉伯語 "Qahwah"——即植物飲料，所以咖啡亦有「阿拉伯酒」之稱。

咖啡豆=咖啡因？



我們只知道咖啡豆裏有咖啡因，但這便是全部嗎？咖啡因又是什麼呢？

咖啡因屬於植物黃質(動物肌肉成份)的一種，性質與可可內含的可可鹼及茶的茶鹼相同，因它經烘焙後流失的百分比極小，所以用途極為廣泛；咖啡中的苦澀味主要便是由咖啡因而來。

就圖所見，咖啡豆中其實含有頗高含量的脂肪，其中揮發性脂肪是咖啡香氣的主要來源。咖啡豆中的糖份及粗纖維經烘焙後會轉化成焦糖和碳質，它們互相結合後便形成了咖啡獨有的褐色。而丹寧酸經煮沸後會分解，產生焦梧酸，為咖啡帶來酸味；若把沖泡好的咖啡攪下數小時，它的顏色便會變濃，且會變得不夠味；故此沖泡好的咖啡應盡快喝完。

咖

啡

魔

術

師

為什麼喝咖啡可以提神？

每當要挨更抵夜的時候，你總會想到要喝一杯咖啡提神，那究竟咖啡怎樣使人精神亢奮？

神經科學學家大都贊同咖啡因可刺激大腦皮質、促進感覺、判斷、記憶力，令血管擴張、血液循環增強，且能抑制腺甘酸(adenosine) (Dunwiddie

& Masino, 2001)。腺甘酸控制著神經活動，令呼吸減弱、情緒低落、胃酸分泌降低。所以我們在喝咖啡後新陳代謝會提高，肌肉疲勞能得以舒緩，令精神充沛，自然也較不容易睡著，因此上古書說：「茶菴久食，令人有力銳志」。值得注意的是：咖啡因造成的是短暫清醒，並不表示體力真的獲得恢復。

咖啡魔術

事實上，有心理學家指出，咖啡本身馥郁的香味已能起提神作用，而且其香氣是令人對咖啡不能自拔的重要因素。這解釋了「無咖啡因咖啡」(decaf Coffee)的冒起一把看來有害的咖啡因抽掉，讓咖啡迷可「大喝特喝」。

你疲倦了嗎？

為什麼喝了咖啡還是渴睡？

首先，因咖啡因對每人的新陳代謝影響不同，對其敏感度也就有所異，所以有人在喝咖啡後，並不覺得睡眠受到影響。

而且，喝咖啡雖可亢奮精神，但只能持續三至五小時，更會因新陳代謝速度增加而使體力透支，所以在作用消失後反而更加疲累。

喝大量咖啡也會上癮，造成習慣性，時間一到就想要喝一杯補充，否則就疲累不堪、無精打采。

所以喝咖啡並不一定是萬能的提神良方！

咖啡的趣聞

一直以來，咖啡被認為是健康的宿敵；但近來許多研究也發現，喝咖啡亦有健康的一面，甚至利多於弊！

咖啡是「正」是「邪」？

咖啡因會分解皮下脂肪，所以飲咖啡可以增加血液中游離脂肪酸的濃度，將游離脂肪酸散佈血液中，過程中為了將血液中的游離脂肪酸分解，熱量的新陳代謝效率就會提高，這就是會瘦的原因。當然，這是在不加奶不加糖的大前提下，咖啡才有機會助你消脂。

除此以外，有臨床實驗顯示，哮喘病人發作時喝微量的咖啡可有暫時抑制哮喘的效果，因為咖啡因可以擴張支氣管。咖啡因亦可以令腦部血管收縮，減輕偏頭痛的情況。香港文匯報於2004年11月28日更報導，最近的一項研究顯示，咖啡因可以解決男性禿頭問題，因咖啡因可抵銷荷爾蒙的影響；但科學家指出，每日需要飲用60至80杯咖啡才能見效。有些研究亦提

出，每天喝大量的咖啡可降低患直腸癌的風險；在歐洲，一項大規模的調查更表示每天喝三至四杯咖啡的人在65歲以後患帕金森症的機率較不喝咖啡的低90%！咖啡簡直變成了維持健康的靈丹妙藥！

你知道嗎？

全世界每天飲用咖啡20億杯

咖啡豆每年交易量僅次於石油，是全球第二大交易商品

「咖啡」這詞，於阿拉伯國家的意思是「友善」

芬蘭人平均每人每年喝掉1459杯咖啡而成為了榜首，但美國仍是最大的咖啡消耗國

美國士兵G.I. Joe在二次大戰期間沉迷咖啡，暱稱來一杯咖啡'a cup of coffee'為'o cup of Joe'，Joe自此成為咖啡的同義字

咖啡也可以造紙—全球首度商業生產的咖啡紙(Coffee Paper)已在美國上市。使用咖啡纖維，每生產一公噸咖啡紙，可減少全球十七株林木被砍伐，對環保工作有莫大助益

咖啡豆的主要生產國是巴西、越南及哥倫比亞，單單是巴西已供應了全世界約30%的咖啡豆

但我們絕不能就此便忽略喝咖啡的潛在害處。據《美國高血壓雜誌》刊登俄克^咖拉何馬城一所醫療中心的研究報告，^啡咖啡因會增加皮質醇分泌，導致心臟病發、中風和腎衰竭；在意大利^魔，實驗證明咖啡會阻止人們從^術大腦“庫存”中提取所需的資訊^師，在短時間內影響人的記憶力，令表達能力下降。

咖啡是毒藥還是妙丹，很大程度還是取決於我們喝的份量，因此喝咖啡還是「一杯起，兩杯止」為佳。

你在呷那一口甘醇可口的咖啡時， 可知道它的名堂其實大得驚人？

咖啡政治？

咖啡歷史學家烏克斯在著作《咖啡天下事》(All About Coffee)中寫道：「每當咖啡引進，就會助長革命。咖啡是人類最極端的飲料，咖啡因能刺激思考，老百姓一旦深思就想造反，危及暴君地位。」這聽起來似是天方夜譚，事實上卻有歷史根據：

曾經，君士坦丁堡的帝王因擔心在戰爭期間，民眾多喝了幾杯咖啡便發表反戰言論影響士氣，因此下令關閉境內咖啡館，並且定下嚴厲的法規懲罰偷喝咖啡的人民。咖啡在十七世紀從阿拉伯傳入歐洲後很快便使歐洲人著迷。1689年，意大利移民普羅柯布在巴黎開設了首家咖啡館。普羅柯布咖啡館自此成為名人聚會的場所。法國史學家兼哲學家伏爾泰常常要在那裏喝上40杯咖啡加巧克力才罷休；著名法國大革命領袖丹東、馬拉常在此共商大計，連當時擔任炮兵軍官的拿破崙也曾光顧。咖啡可謂給1789年的法國大革命起了催化的作用。

全球咖啡最大的生產國—巴西，她的政治局面更是被小小的咖啡豆操控著。巴西於1821年脫離殖民地統治後開始重視咖啡農作物。期盼以咖啡的利潤助巴西步向現代化，提倡廢除咖啡農民黑奴制，實行生產力高、成本較低的農奴制，並趁國王培卓二世出國，由他的女兒伊莎貝爾公主在1888年5月13日簽定“黃金法案”解放所有黑奴。一年後，培卓王室被迫交出王權，巴西遂成為共和國。以後的幾年，巴西的政權也操控在

咖啡農手中。以上種種例子，均證明咖啡對政治的影響所言非虛。

咖啡與名人

許多古今名人也與咖啡結下了不解之緣。其中偉大的德國作曲家巴克更把他對咖啡的痴迷擴展至音樂領域—他編寫了一部獨幕音樂喜劇《咖啡大合唱》，講述一名年老父親勸告女兒戒除喝咖啡習慣的故事！偉大的法國作家昂·巴爾扎克，每天都飲用大量咖啡。他堅信咖啡有助啟發靈感。

他曾說：「一旦咖啡進入腸胃，全身就開始沸騰起來，思想就如一支偉大的軍隊在戰場上投入了戰鬥！」英國哲學家和政治家

詹·麥金托殊甚至認為：一人的智力與其飲用的咖啡量成正比！

咖啡—— 改變世界的傳奇

Starbucks- 咖啡 的同義字...

Starbucks 與《白鯨記》

在一百個香港人當中，大概一百個也會聽聞過Starbucks的名字；八十個曾喝過那裏的咖啡；但可能一個人也不知道為何Starbucks會叫

Starbucks。"Starbucks" 其實來自

美國作家梅爾·維爾 (Melville Herman)

所寫的世界名著《白鯨記》 (Moby Dick)。

故事裏那艘船上大副的名字便是星巴克 (Starbuck)。

每當船一靠岸，這位大副便會循著咖啡香去找尋歇腳的地方。星巴克咖啡創辦人霍華·舒茲 (Howard Schultz) 特別把星巴克的名字後面加個's'，就是希望他的員工們也都像這位大副一樣熱愛咖啡。星巴克標誌上的美人魚亦帶著海上神話的浪漫感覺，這與《白鯨記》的文學氣息相互輝映。

Starbucks (星巴克) 的崛起

星巴克的發展可謂充滿了傳奇色彩。首間星巴克咖啡店於1971年在西雅圖派克地市場開幕，當時它不賣咖啡飲料，而只賣咖啡豆和香料。直至1985正式開設咖啡店，於短短的二十年間，它成為了咖啡界中的「綠巨人」。自九十年代起星巴克開始擴張，首先在美國其他省份開拓，繼而於九六年起邁向全世界，第一家海外分店設於東京。星巴克更率先提出向自己的兼職伙伴(員工)提供股份認購權，及後更成為上市公司。至千禧年，星巴克已在30多個國家開了7500多間分店。

星巴克門市至今已近9,000間分店，遍佈北美、南美洲、歐洲、中東及太平洋區，而且漫延的速度從未停緩，據說平均每八小時便有一間新分店開張！顧客在那裏買到的已不再局限於咖啡，而是琳瑯滿目的蛋糕小吃、印著星巴克標誌的特色咖啡杯，甚至是充滿咖啡館情調的唱片！

星巴克咖啡於千禧年五月正式進駐香港。首兩家星巴克咖啡店分別開業於中環交易廣場及銅鑼灣希慎道，直至該年年底，香港的星巴克分店已迅速擴展至九家，現時香港分店數目更接近五十間。面積最大的星巴克旗艦店亦於二零零三年十二月十八日在中環歷山大廈正式開幕。現時在香港隨處也可找到那美人魚的蹤影。相信大家也體會到：星巴克真是「梗有一間在你附近」！

Starbucks

咖啡

這樣的星巴克？

你認不認識...



星巴克曾六次被財富雜誌評為100間最佳理想工作機構之一。它在零三年排行第四十三，而零四年則排行三十四。現時全球共有超過六萬三千人在星巴克工作。

FORTUNE
100 BEST
COMPANIES
TO WORK FOR 2005

星巴克咖啡創辦人霍華·舒茲 (Howard Schultz) 有感於他的童年經歷，於九七年成立「星巴克基金」

(Starbucks Foundation)，以幫助美國及加拿大的貧苦青年；至今已撥款超過一千萬美元，受惠青年達九百人。



你有沒有發現，那一隻於日本製造的星巴克紙杯上常印上不同的訊息？在美國，星巴克舉行了名為“The Way I see it”的活動，邀請名人及普通市民各抒己見，再印於杯上，希望讓顧客從句子中得到啓示。雖然香港暫時沒有此類活動，但下次喝咖啡時也不妨多留意一下紙杯帶給你的話罷！



The Way I See It - 27

Starbucks

||

咖

啡

同學們怎樣看

自

從星巴克在二沙
灣大學開設分店
後，但見店內經常

擠得水洩不通；另一方面，
反對或質疑星巴克進駐的聲
音亦此起彼落。究竟星巴克
對同學而言有何吸引之處？
又何來會出現反對的聲音？
本堂曾就這些問題進行訪
問，現歸納結果給以下數位
同學的意見：

Joey

建築系一年級

我本身不太喜歡喝咖啡，所以對 Starbucks 沒有多大興趣。但無可否認，Starbucks 那「高級」的情調、良好的服務和店內齊全的設備(如雜誌、梳化等)令它較一般的茶餐廳優勝。我也聽聞過反對 Starbucks 涉及 unfair trading 的聲音，我為此亦少了光顧；但除了這樣以外，我還能做什麼呢？

智

統計學系三年級

喜歡光顧 Starbucks，但光顧的原因並不是為那杯咖啡，而只是喜歡坐在那裏與朋友聊天。其實我覺得其他咖啡店的咖啡較 Starbucks 的好喝，當然，若果與茶餐廳比較起來便一定是 Starbucks 的好，Starbucks 的咖啡貴也只是貴在質素較高罷！雖然我以前未聽過 Starbucks 剝削咖啡農利益的傳聞，但我相信這是事實；基本上所有大公司也是如此，難道我因為這樣便什麼也不逛什麼也不買嗎？

劉同學 社會科學學院一年級

我對 Starbucks 沒有什麼喜惡，雖然我認同價格是高了點，但我還是會去那裏買咖啡提神…反對 Starbucks 的聲音？大概也是投訴它又少選擇又貴罷…什麼是 fairtrade？我對此也不太清楚…

Yen 文學院二年級

Starbucks 的咖啡實在太貴了，而且還沒有什麼食物可以揀選的…我去 Starbucks 都是為了與朋友聚會而已。我反而喜歡那裏的室內設計，還有那裏不同款式的梳化…

Starbucks

咖

啡

發掘真正原因 你去星巴克的

訪問馮一沖先生

現

在，無論是在商業區或是購物娛樂區、住宅地帶，甚至在大學校園，你均可找到星巴克的蹤影，看來香港快變成瀰漫著咖啡「香」的「港」口了！但在芸芸顧客當中，有多少人真正因為那裏的Latte或

Froppuccino 而光顧星巴克？於訪

問中，有許多同學亦表示他們去星巴克

的目的並不是喝咖啡；那為什麼這咖啡

店能夠鶴立雞群？我們有幸訪問通識教育

「飲食文化與文化飲食」課程的講者一馮一

沖先生，並嘗試以文化與社會學的角度，探究我們為何會戀上星巴克，還有它對香港飲食文化的影響。

問：近來常聽到「咖啡文化」這詞，咖啡文化到底是什麼？

答：那便首先要解釋何謂「文化」。簡單來說，文化包括一個地方的風俗習慣，人們的行事方式，則how people think and act。咖啡文化換言之便是how people think about drinking coffee and act when drinking coffee。

問：那現時香港的咖啡文化是怎樣的？

答：現時本地的咖啡文化以 Starbucks 這類型的咖啡店為主導。它實際上已把消費者分層 (stratified) — 你看它的價格較一般茶餐廳高出三、四倍，侍應生全都用英文叫著複雜的咖啡名稱；所以最初光顧 Starbucks 的人都是早上趕著上班的白領，或是優閒地坐在店內一邊呷咖啡一邊閱報的外國人；這已道明了 Starbucks 希望塑造一專業、時尚高雅，同時閒適的形象。人們現在去喝咖啡便是嚮往think and act like The people in Starbucks。

問：為什麼人們喜歡會喜歡think and act like the people in Starbucks?

「Starbucks 實際上已把消費者分層...」

「很多人踏入 Starbucks 的時候不是想著要喝那種咖啡，而是想藉此行動表現自我...」



『你去 Starbucks 是想製造一個「事實」，希望別人會覺得你懂得享受生活並有經濟能力』

「另一方面，那典型 Starbucks 的落地玻璃提醒你仍在都市…令你覺得忙裏偷閑是如此的寫意。」

『這裏其實沒有地道的「香港菜」，甚至到處可見的咖哩魚蛋也是印度東西！』

可以說，很多人踏入 Starbucks 的時候不是想著要喝那種咖啡，而是想藉此行動表現自我。就像你身上的打扮那樣：許多時候天氣並不是你決定穿什麼衣服的首要考慮，因你想藉著衣著來表達你的喜惡及品味。

Starbucks 的咖啡可能是較茶餐廳的即溶三合一咖啡好喝些，但那不是重點；最關鍵的是，你在 Starbucks 走出來，和你在茶餐廳走出來給別人的印象會大大不同（至少你認為是這樣）。Caaley (1902) 的 Looking-glass Self Theory 可解釋此點：你去 Starbucks 是想製造一個「事實」，希望別人會覺得你懂得享受生活並有經濟能力，從而肯定自己的地位。根據 Max Weber (1978) 所言，人的社會地位是由 life chances 與 Life style 奠定的，而後者更為重要。這亦一語道破我們熱衷於光顧 Starbucks 的深層意識。

問：你認為 Starbucks 最成功之處在那裏？

答：我覺得 Starbucks 透過咖啡帶給了顧客一種消費體驗——所謂的 'Get away experience'，那是它成功的原因。當你進入 Starbucks，你便隨即被那裏富有情調的燈光、擺設、音樂和侍應生此起彼落的英語包圍著，這一切把你從香港的繁囂中抽離，而進入「Starbucks 的時空」——這某程度上與 Disneyland 相似。另一方面，那典型 Starbucks 的落地玻璃提醒你仍在都市；但通過室內與室外環境的比較，反而更令你覺得忙裏偷閑是如此的寫意。

問：Starbucks 在本地發展那麼成功，對本地的飲食文化帶來了什麼衝擊？

答：依我來看並沒有什麼負面的衝擊…須知這這裏其實沒有地道的「香港菜」，甚至到處可見的咖哩魚蛋也是印度東西！香港最大的特色就是包融性極強，食物也不例外，只要 make a twist 方可符合本地口味。正因為如此，Starbucks 來港後也轉變了：本地分店引入的三明治及沙律盒較美國多，因為在香港，Starbucks 最忙時段是在下午茶時間或假日，人們甚少到 Starbucks 進午餐；這與美國的情況有所差異。

Starbucks

咖

啡

11



星巴克對香港飲食文化的影響力不在於食物，而是它把「消費體驗」的概念帶進香港。它於零零年引入香港後，大家可以看見mc cafe，樓上cafe 隨即爭相開張如雨後春筍，它們的賣點就是為顧客帶來賓至如歸、被受重視的感覺。我們亦可察覺，現時新開張的餐廳許多以美輪美奐的裝修作為宣傳，卻少了著重食物的質素，相信starbucks 也是開創此文化的先鋒。

「星巴克對香港飲食文化的影響力不在於食物，而是它把「消費體驗」的概念帶進香港。」

問：近來興起的慢嚙文化 (Slow Food Movement) 與Starbucks 有沒有關聯？

答：慢嚙文化被認為是要對抗全球一體化 (Globalization) 而衍生。全球一體化磨蝕了本土文化，減少了文化的多樣性。慢嚙文化提出要多接觸我們吃的東西、多參與烹調食物的過程，目的便是要我們珍惜食物與發掘食物的出處，以保存文化的多樣性。Starbucks 於慢嚙文化中的角

「Starbucks 於慢嚙文化中的角色有點矛盾…」

色有點矛盾：一方面它在全世界開設分店，影響著當地的文化；另一方面它亦對咖啡的原產地作出承諾，並出售咖啡豆，讓顧客能體驗煮出一杯好咖啡的樂趣；它更印刷小冊子，令我們可以增加對咖啡豆的認識。

Starbucks

||

咖

啡



12



Sex And The Coffee

*To see a World in a Coffee Bean,
And Sex in a Hot Latte
Hold Socialization in the Coffee shop
And Gender in an hour.*

Women go to coffee shops, men go to sports bars. Women can tell the difference between a Macchiato and a Latte, men know whether it is a Carlsberg or a Stella Artois. But why? Are women born to like coffee more, or are we more easily attached to cozy coffee shops with their trademark aroma? Or rather, is it society's great work, with coffee shops as a playing ground for doing gender or stratification?

According to Ann Oakley, 'sex' refers to the biological division into male and female; 'Gender' refers to the parallel and socially unequal division into femininity and masculinity.' Gender is socially constructed, and we are doing gender daily: how we dress, the way we talk, the places we go- coffee shops or bars...

Females are seen as more sensitive and caring, and would devote more time on both verbal and non-verbal interaction. Males, on the other hand, are seen as aggressive, straight-forward and speak only when they find a reason. The coffee shop is often perceived as a place where groups of friends sit down over a cup of coffee to catch up with how everyone is doing. It is normal for women to sit for hours to chat, but when men do that, they would be seen as sissy? not motivated? or lazy? This socialization process has led to radical changes in coffee shops to better suit their major consumption group: Females. For instance, finger foods, which are usually sweet (such as cakes, cookies and

Pastries), are introduced; decorations tend to be more feminine (like pink walls, feathered carpets, chandelier, cute dolls) These fall into a vicious cycle: the more 'feminine' coffee shops get, the more they become female-dominated, the rarer males would go to coffee shops. .

There is nothing wrong with men liking pink or for them to hug a doll and chat, but through socialization, people tend to think men who act this way are deviants. And it is by this same process that people think that men who go to Coffee shops are less masculine or sometimes, even gay.

But it is seen that some coffee shops, such as Starbucks and Pacific Coffee Company are trying to neutralize this gender socialization: from the recruitment of staff, to the books offered, to the flavor of coffee.

You can see a roughly balanced ratio of male to female employees working in their branches.

Magazines offered include fashion magazines (Targeting female consumers) and car magazines (for males) and neutral magazines like BC of HK Magazine. Coffee flavors range from the sweetest Caramel Frappuccino. With tons of whipped cream topped with caramel sauce, to the bold black God Coast Blend.

Starbucks

咖

啡

Why do you drink coffee? Because you like the taste? Or that it is a habit? Maybe it is because it is the new trend? According to the National Coffee Association and the Specialty Coffee Association of America, women indicate that drinking coffee is a good way to relax, and men believe that coffee helps them get the job done. This shows another social phenomenon of how men are supposed to be vocation-oriented, and women are to be left at home. Even though the situation is changing, this perception is deeply-rooted. Coffee, a neutral drink, is paired with different elements: work for men, relaxation for women, implying the difference in preoccupations due to their expected social roles. Such difference in the perception of coffee and how one relates coffee with their lives affect the time spent on coffee-related activities, such as going to the coffee shops.

Such gender roles bounds them to a certain set of social norms that causes them to behave in the way they do.

We are all bounded by gender roles and differences and each day, we are doing gender in ways we do not realize. it is everywhere, in the school we go to, in the streets we walk on, in the coffee we drink, in the coffee shops we visit.

References:

1. Marshall, G. (2003) A Dictionary of Sociology, http://www.oxfordreference.com/epoxy2/lib.hku.hk/views/BOOK_SEARCH.html?book=t88
2. Group author (2004) Coffee Menu <http://www.starbucks.com>
3. E-Importz (2005) Specialty Coffee Statistics http://www.e-importz.com/Support/specialty_coffee.htm

在星巴客繼續
在世界各地擴充，盈利不斷
躍升之際，開始有人批評它忽略了社會責任
(Corporate Social Responsibility)
，在金錢背後隱藏的
是對咖啡農的剝削
；咖啡豆「公平貿易」的概念也因此
備受關注...

咖啡

的

天

秤

什麼是「公平貿易」？

雖然咖啡的價格不斷上揚，但是咖啡原豆價格卻在過去十年幾乎滑落了70%。當西方國家不斷鼓吹自由貿易時，它們卻透過談判或國際經濟組織要求第三世界國家取消關稅、減低對其他產業的政策補貼，及開放市場，令發展中國家小農因為西方的農業傾銷而被迫賤賣農產品，甚至被推離市場，造成不公平貿易。

國際組織開始意識到，要幫助第三國家發展，便必須以「公平貿易」取代「自由貿易」。這運動主要針對西方的企業和消費者，鼓吹他們選擇公平貿易產品；其基本目標是希望讓第三世界的弱勢生產者獲得基本而穩定的收入，建立能持續發展的貿易伙伴關係。要符合公平貿易標準，收購商必須以保證價格、長期契約關係向第三世界國家農民購買農作物，以確保他們有基本收入。例如，咖啡原豆的市場價格是一磅三十分美金，但透過公平貿易系統則可以以一點二元美金或更高賣出。收購商並要提供一筆保障基金，協助當地社區發展。

Starbucks

咖啡

星巴克是忠是邪？

「當我們從星巴克購買一杯咖啡時，我們已經成為剝削咖啡豆農夫的幫兇？」

「當我們從星巴克購買一杯咖啡時，我們已經成為剝削咖啡豆農夫的幫兇。」國際組織不斷訴說、重申公平貿易的重要，認為那樣做才能使第三世界國家的農夫受到保障。但公平貿易是不是如想像中那麼「公平」？

於上世紀，美國已定立公平貿易條例，定清每一樣貨品的最低交易價格，以保障生產者不會被過份剝削，能享受一定的生活質素。那麼做看似十分完美，一方面能夠確保農民受基本保障，不致過著窮困的生活，另一方面能鼓勵有機生產，減少對環境的污染。但那是否真的能夠保障農民呢？政府單方面定下最低交易價格，使買賣雙方必須在那價錢以上商討，那表面上無疑保障了小農民，但因為政府干預，使市場脫離均衡價格，最後做成黑市——農民以低價競爭，價格最終會回降，「果賤傷農」的情況依然存在。

近年來，國際大機構如星巴克受到四面八方的指責抨擊，國際組織要求更環保的生產、貿易更公平；農民要求更高的購買價、更多技術援助；顧客要求更佳的服務、更健康食物。不同種類的壓力、要求的確能提高其質素，使其不斷進步；但這樣對那些大機構又是否公平呢？沒錯，他們得為成功付出代價，為了利潤而改進實在是無可厚非。但當要求變得過高，甚至不合理的時候，又有誰會從他們的角度去想？無論那些大機構作多大改善，壓力團體依然能抓到「把柄」，要求永遠是無止境的。當然，大機構會較有條件去改善，但那並不表示它們可以漠視經營成本去切合所有的要求。

於公平貿易中，是否大機構才有責任呢？大機構由於資本多、網絡好，要負大一點的責任並沒有錯，但那並不是全部。「互助互利的貿易」實在需要靠不同單位的緊密合作。出口農作物的發展中國家可遊說歐美政府放寬限額政策，並鼓勵農民組成公會作理性的商討，而輸入國亦應多向市民宣傳公平貿易的意識。只有這樣，公平貿易方不會虛有其名。

咖啡的天秤



我們可以做什麼？

星巴克已於零二年開始向公平貿易的方向邁進。若你多加留意，可發現它們於店內有介紹「公平貿易咖啡」的小冊子可供索取，而當中有以下一句：「你每一次選購星巴克咖啡，都能幫助改善他們的生活質素、促進環境保護，讓世界更美好。」可見他們願意向大眾作出幫助咖啡豆原產地及保護環境的承諾。星巴克將每月的第二十二日用公平咖啡作為「每日精選」咖啡，這提供了一渠道讓市民表態：若是那天的「每日精選」特別暢銷，相信星巴克亦會受到鼓勵而多加推行公平貿易的措施。

有些人批評星巴克造成了不公平的景況，但他們做了什麼去改善這局面？五十萬的香港人曾於七月一日以腳表達對民主的訴求，今次是用金錢向星巴克表態的時候了！想支持公平貿易的，可以買附有公平交易標籤的咖啡豆；想支持有機耕種的，可以買有機咖啡豆的產品。我們可以做到最有效的事情便是以行動改變它們——相信沒有一位商家是願意與他的顧客作對的！

Starbucks的承諾？

你在此時此刻可做什麼？

咖啡的天秤

- 於零二年四月與Trans Fair USA 開始結盟，在咖啡銷售點出售公平交易咖啡豆
- 把每月的二十號的精選咖啡定為公平咖啡
- 提倡了多項計劃，讓農民得到信貸，在零二年提供了五十萬美元的保證貸款。
- 成立了星巴克緊急支援基金，為咖啡原產地突如其來的危機作出即時的支援。零二年度星巴克捐出了二十萬美元予此基金。

CONSIDER IT



MAKE TRADE FAIR

你可以登入

<http://www.maketradefair.com/>

把你的意見或不滿電郵給咖啡巨商，支持公平貿易。

當然，我們以上提及咖啡的種種只屬冰山一角...

若你希望知得更多，可參考以下資料：

咖啡王國傳奇：

著者：霍華蕭茲、朵莉瓊斯楊

翻譯：韓懷宗

出版者：聯經出版事業公司

港飲食，港文化：

香港電台節目，其中一集介紹咖啡文化：

可進入<http://www.rthk.org.hk/rthk/radio5/fdculture/20040831.html> 重溫

全球化、公平貿易與星巴克

<http://blog.roodo.com/SoundsandFury/archives/8166.html>

為客人煮好每一杯咖啡——星巴克品牌傳奇

<http://info.food.hc360.com/html/001/001/006/46324.htm>

咖啡或茶

http://book.sina.com.cn/longbook/1094698137_ylnshi/15.shtml

咖啡文化

<http://www.hxjcy.gov.cn/grwz/kfwh/index.html>

你為什麼要喝咖啡

<http://home.netvigator.com/~stswong33/art00061.htm>

Corporate Social Responsibility 2004 Annual Report
by Starbucks

<http://www.starbucks.com/aboutus/csrannualreport.asp?cookie%5Ftest=i>

Food Psychology

www.foodpsychology.com

Global exchange fair trade coffee:

<http://www.globalexchange.org/campaigns/fairtrade/coffee/>

Moke Trade Fair- a campaign by Oxfam

<http://www.moketrade-fair.com/>

National Geographic Magazine- What's the Buzz?

http://magmo.nationalgeographic.com/ngm/0501/sights_n_sounds/media2.html

Psychology in the Coffee Shop

<http://www.idiolect.org.uk/docs/jan04/coffee.pdf>

參

考
資

料

你也可以參與校政！

學生校政參與和學生組織活動是截然不同的事。學生校政是學生與大學當局接觸，以協助及監察大學的行政工作，包括院內的政策制定。其意義主要有三：第一，學生加入決策校務，令校政的制定注入同學的意見；第二，同學利益亦能得到一定程度的保障；第三，在參與中實踐民主精神。

大學行政結構裡有學生代表的委員會中，教務委員會(senate)處理全校教務，而個別學院亦設有院務委員會(faculty board)，協助教務委員會處理院內教學事務。每年各學院的學生都會普選出代表出席以上兩個委員會。

學院事務委員會 (Faculty Affairs Committee, FAC)

學院事務委員會是一個校政參與的組織，它是社會科學學會評議會屬下的常設委員會之一。它的主要功能是與系會的代表討論及搜集同學對校政的意見，以便院務委員會的學生代表將意見反映予校方，同時亦將校方院務的訊息傳遞予同學，作為社會科學同學與校方聯繫的橋樑。其成員包括教務委員會學生化表院務委員會學生代表，社會科學學會內務副主席，以及四位各社會科學系會的代表。

By-laws of the Social Sciences Society, HKUSU:
Term of references of faculty affairs committee

1. To collect information from students of Faculty of Social Sciences concerning academic affairs and to reflect their opinion to the University authority.
2. To assist the student senator and the Faculty Board student members in their task of participating in University affairs.
3. To inform students of the Faculty of Social Sciences on any academic affairs which are in the Interest.

校政參與可能遇到的局限

1. 校政與一般同學的距離太遠，同學亦以為校政全由校方決定，學生根本無法影響
2. 同學未能明白校政參與的重要性，引致教務委員會及院務委員會的學生代表出缺
3. 在前線參與校政的同學未能把校政參與普及，同學缺乏資料分析，更無從理解自己的權益
4. 學生代表缺乏專門知識，難於對校政問題作出深入討論
5. 學生代表任期只得一年，而校政的制訂則是長線的，學生難以掌握事件之始末

同學應怎樣做？

校政參與的意義重大，同學們應積極參與。雖然並非每位同學都有機會做學生委員，但同學也應盡力關心校政，主動發表意見，不應輕視學生代表的影響力，多與他們保持聯繫，才能實踐校政參與的真正意義。瞻望前景，校政參與顯然仍是一條荊棘滿途的道路，有需要同學互相支持，披荊斬棘。新一屆的教務委員會及院務委員會的學生代表的選舉將會進行，希望大家能密切留意及支持。同學如果想表達意見可以與教務院務委員或社會科學學會內務副主席聯絡，亦歡迎於社會科學學會網上留言版留言。

SEP Summer is coming again!

This year, we have new community partners in private sector and NGO's where you can expose to different nature of learning. You can also encounter cross-cultural exposure in the internships outside Hong Kong. For these internships, attractive subsidies will be given to the right candidate. Want to know more about the Program? Come and join our SEP Day on April 9. You may also visit www.hku.hk/socsc/sep or call

Mentor Recruitment for Social Sciences Summer Programme 2005

The Faculty of Social Sciences invites applications for mentors for the Social Sciences Summer Programme (SSSP) 2005. The Programme is specially designed to outstanding F.5 to F.7 students which aims to offer them experience of being a university student in the Faculty. The Programme will be held from July 18 to July 22, 2005.

Candidates should possess outgoing, pleasant and caring personality.

Experience in team coaching or participation in ILOP, exchange

Programmes would be an advantage.

The mentors will be responsible for:

1. Assisting in running the Social Sciences Summer Programme including outdoor and indoor activities;
2. leading the participants to complete a project to be presented at the end of the Programme;
3. coaching the participants during hall residence;
4. building team spirit amongst team members; and
5. enhancing communications amongst participants, mentors and the Faculty Office staff.

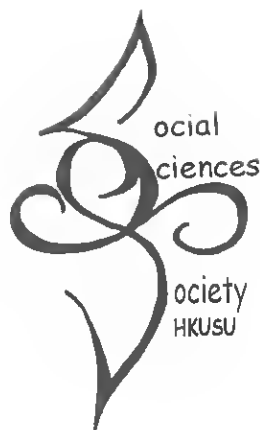
Successful candidates will be provided with FREE leadership training workshops, dormitory during the Programme as well as the High Table

Faculty

Messages

薪火相傳 三蛇

記得「社科」給我們的第一個感覺是：社科的同學很疏離，雖然我們每天都在同一個 lecture room 上課，但認識的朋友往往只局限於 O-camp 的組mate。對於這個說法，也許你也有同感吧！因此我們便以加強本會會員之間的聯繫，作為今屆幹事會的首要目標。我們希望藉著所舉辦各類型的 Social Functions，以及提供一個舒適的 Soc 房給會員，作為大家會員溝通消閒地點，能有效地加強會員之間的聯繫，從而令社科同學團結起來。



三
蛇 除此之外，關心社會事務亦可算是社科人的特質吧！我們亦希望這項特質能透過今屆幹事會感染其他港大同學，並提高他們對社會事務的關注，而且更希望透過不同有關時事和社會事務的活動能加深他們對其興趣及了解，並作出反思。當然，我們亦承諾會像往年那樣提供不同福利予會員享用。

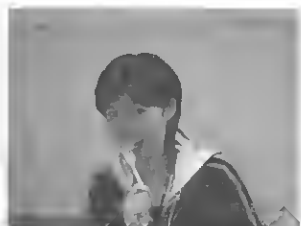
薪火相傳
我們今年的logo：

你可能已於我們交職典禮、舊書買賣的海報，或在我們位於梁銑琚樓的 Society Board 見過我們的logo。由於我們今年的首目標是加強社科同學之間的聯繫，在設計 Logo 時也下了不少心思呢！Social Sciences Society 簡稱 SSS，是我們 Logo 的基本結構，而這三個 S 是互相緊扣著的，這化表了我們的期望：希望透過三蛇作為媒介能把社科同學聯繫起來。另外我們今年的主題是「薪火相傳」

〔pass it on〕，希望能藉著我們的力量和對社科的熱誠，能把社科的特質、精神、傳統以及對社會的熱誠對外宣揚！

我們這一班蝗蟲...

我們第三十七座的十三個exco 之中，你對我們有多少認識？或許在這一刻你對我們仍是一無所知，但從我們這期的「號刊」以咖啡為題，便可知道我們這一座是多麼的喜愛吃！就讓我們以食物形容一下我們對上座的感想罷！



主席 范進軒 (Rita) 社會科學(普通學科)一年級

上座的感受就如吃SuperLemon檸檬糖一樣。糖剛放進口時，酸得恨不得立刻吐出來，難受得很。這就如上座一樣，總有令人難受得想放棄的時候，但我深信只要我們互相勉勵及支持，無論要經歷多少「辛酸」，都能一一克服並得到最甜美的回報。

內務副主席 李淦基 (Nelson)
社會科學(普通學科)一年級

上座教我想起了多啤梨。鮮紅欲滴，襯上了點嫩綠的賣相，任誰都垂涎。散發的香氣，酸酸甜甜，就像是我對上座的憧憬、理想以及期望。味道甜中有酸，酸中帶甜，唇齒之間，留有淡淡清香，好比我對上座的回味。



我
們
這



外務副主席 鄧嘉雯 (Stephanie)
社會科學(普通學科)一年級

如果要一種食物來形容我上座的感受，我會選擇苦瓜.....大家可能只專注在上座的「苦」，而對我來說，苦瓜那種吃下去先苦後甜的特別味道，卻才是精粹所在。整個支團團結一致去做好一件事，說不辛苦實是騙人；但換來的成果，確是無限的甜美。話說回來，EV的工作主要負責加強會員與學生會及其他院會之連繫，並會定時代表會員出席學生會評議會的會議，為會員發表意見及收集訊息。若有甚麼疑問，歡迎隨時來找我，我的地址是KKL LG 111!!!

一
班
蝗

蟲

索務秘書 張穎芝 (Ann)
社會科學(普通學科)一年級

As一個Yr 1, 可以做0既0野實在有太多一因為
佢有0既係青春。青春賦予我寶貴0既時間同嘗試
0野膽色；決定係Yr 1時做d咩, 有時幾似食麵
落d咩咁難。心思思, 咩都想試, 但亦咩都驚
驚0地。不過, 係咁多種調味料之中, 我選擇0左
落辣椒—上庄。雖然我唔算食得辣, 但我好
辣。開頭食, 可能好蝦薯；但食食0下, 會習慣, 更會上癮！而享受程度
0既高低, 好視乎你決定落幾多辣椒。落0左就要食晒, 因為唔係人人有
0野食0架。記住要珍惜同感恩！



財務秘書 劉穎妍 (Ivy)
社會科學(普通學科)一年級



上庄...就好像吃臭豆腐！未吃過的人會因它的
氣味而敬而遠之。很少人能忍受它的氣味而試
試咬它一口。不過我想, 試過的人大多會一試難
忘吧！其實上庄都一樣, 如能捱過數十小時的
mack campaign及campaign, 還有庄期中的種

種挑戰, 相信亦會感受到難以言喻的滿足感。

市場秘書 劉斯琪 (Kiki)
社會科學(普通學科)一年級

我



上庄就如一杯清茶, 不懂品嚐的人只會
把上庄當作大學生活中的茶葉。這樣的茶葉只
來消磨時間。這可喝茶應是精心炮製, 才能
並沒分別。每一步驟都是, 只有投入庄
享受其中。上庄亦如是, 只有投入庄
務、庄內的家庭, 才能體會辛勤後的快樂及大家互相合作的精
神, 而享受其中。

外務秘書 賴偉麟 (Warren)
社會科學(普通學科)一年級



一杯香滑的泡沫咖啡代表著我上庄
的感覺, 有一層朦朧的外層, 只有親身
嘗試, 弄走上面的泡沫, 才能夠看清其
底蘊, 了解到它的苦與甜。

自己上庄前或沒有上庄的人, 只能
夠想像, 不會明白真實確況。

一杯香氣四溢的咖啡確實十分吸引
人, 引來不少艷羨的目光, 但故中的苦實有
口難言, 其中的苦只有自己知。

加奶加糖是為一方法去使它更滑、更
甜, 因此十分希望多些人參加我們的活動,
多些OC、Helper幫我們籌辦今年的活動。如
此, 這杯咖啡便是世上最完美的！



時事秘書暨署理體育秘書 文偉鋒
社會科學(普通學科)一年級

讀書、住hall、上莊、拍拖、part time, 合稱為大學五件事。這五件事就有如公司三文治一樣，多姿多彩，又各具特色，令人很想盡得當中的滋味，但三文治始終也是三文治，往往把人夾在中間，既無法抽離，又無法前進。這種感覺，相信不少搏盡過三年U life的人都必經歷過。雖然搞不好的話，會被三文治噏死，但若幹得好的話，

便可享齊人之福，盡得公司三文治的多重口感，不禁再三回味。我現正向著這誘人的三文治努力進發啊，你呢？

學術秘書 胡家欣 (Cathy)

社會科學(普通學科)一年級

唔...其實上庄以來，甜酸苦辣都曾體味過，確實很難單以一種食物來交代上庄的感受，但如果真的要選的話，那我就姑且選擇酸辣湯好了。

顧名思義，「酸辣湯」是既「酸」且「辣」的，與上庄的體驗不無相似的地方。先說「酸」，酸就酸在各種辛酸血淚史，捱更抵夜、休假無望、罔顧成績，還有種種的矛盾衝突與內心交戰，真的是有血有淚啊！至於「辣」，則是指上庄帶來的新鮮刺激感，各種的新嘗試、新體會，就好像吃辣一樣，每每衝擊著我們的「感覺神經」，彷如歷險一樣，新奇而難忘。



出版秘書 李端儀 (Harmony)

社會科學(普通學科)一年級

無可抗拒地踏進了五彩繽紛的糖果店(當初決定上庄，就是嚮往那多姿多采的上庄生活吧...)拿著空袋子，望著上百款的選擇，有剎那的遲疑(出版的方法、可做的題材那麼多，如何百裏挑一?)夾那顆顏色鮮艷的吧！放進嘴裏，才發現味道怪怪的(做過幾本刊物，鼻子碰了幾次灰；但若從不去試，又那會發覺這是錯的?)買了滿袋子的糖，每每與朋友分享時才最覺滋味(上庄最大的滿足感，便正正是能與大家分享努力得來的成果！)

宣傳秘書 羅慧欣 (Michelle)

社會科學(普通學科)一年級

It's like Indian food: at times, difficult to accept, but once you've tried it, you're going to fall in love with it. An explosion of flavors, a mixture of sensory sensations, a psychological and physical roller coaster... Being an executive committee member in the Social Sciences Society has brought me into a world full of colors, filled with an array of ingredients to spice up my university life. Just as the heat in Indian food lingers, my passion would not be dispersed.



我

們

這

一

班

蝗

蟲

23





福利利書 陳曉敏 (Jaanne)
社會科學(普通學科)一年級

覺必。一都感都升斷我的家上不初力大會，初古力定惹起朱古必誘想吃朱重的吃吃重力的受士擇的古感女選家朱的如知大了此就明後不如覺都吃受是感家為抵亦既大因然庄然，仍上上雖悔們。得，後我吃得，樣會是再我，我一定可吃

曾我只有心一在過度上步會對自是己的學業成影上響而主上的程也十分開艱辛，令，擔曾心一在過度上步會對自是己的學業成影上響而主上的程也十分開艱辛，令，

康樂秘書 黃浩堅
社會科學(普通學科)一年級

苦之此人，其滯合過個，苦正關，物時，難練其其感。磨試。之步之初，嚐庄卻期。再上而任功，吾望年之後。人一。渴及香令。供津散甜重形能生不甘重能所，久發難所本，熱久散困墨書清中間是筆非陰口喉往非，養於咽往悅長有，作喜增參味淡工其之花灑味意後修



我

們

信

班

蝗

虫

尋找OC

想認識其他社科同學，但苦無機會？

想為社科同學出力，但無路可尋？

立即成為三蛇OC，可幫你解決以上煩惱。

四月舉行的社科節以及勁過節，八月的迎新活動，加上下半年舉行的高桌晚宴都很需要您們的幫忙。

想知多一點有關詳情？想加入三蛇OC行列？

請立即聯絡康樂秘書 阿堅

(Tel: 98010821, E-mail:

h0414051@hkusua.hku.hk)



我交了\$140 會費，然後...

你每天也可享受你的福利——來我們的SOC房罷！這裏有：



汽水機
(售價較外面的便宜！)



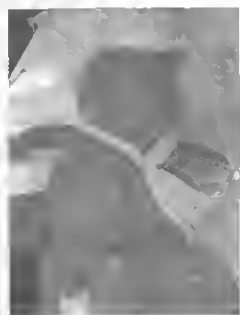
影印機
會員價：每張A4 \$0.15!

免費的傳真服務！



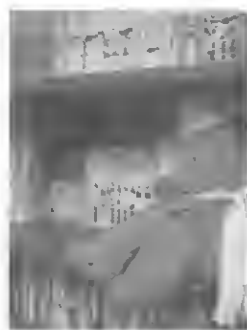
雜誌架上有：
鏡報、爭鳴、讀者文摘、TIME、吶喊、壹周刊、忽然一周、天下、MILK...

書架上有：
漫畫：男兒當入樽、消防員的故事、相聚一亭、老夫子、足球小將
還有其他不同種類的書籍！



售賣的SOC物包括：

A4 紙	\$18.5
SOC 紙	\$8
SOC FILE	\$1.2
SOC FOLDER	\$12
SOC 衛衣	\$50
SOC 風褸	\$100
SOC POLO T-SHIRT	\$33
SOC TRACKSUIT	\$115



我們的
會
房

NEW!



我們的SOC房在：
梁錄琚樓 LG 111

開放時間：
星期一至五
10:30-18:30

我們經常新增不同的福利滿足各位會員的需要；請登入我們的網址
www.hku.hk/ssshkusu 以獲得最新資訊！

三蛇活動預告：

社科節2005 — Youth @ Where?

將於4月舉行的社科節是三蛇05年最大型的外務function，本年度以青少年為主題，透過探討不同的青少年社群，讓同學反思自身於社會的定位。社科節的活動包括舍際辯論〔7/4〕座談會〔12/4〕和論壇〔14/4〕，希望大家多多支持！！

社會科學工作實習計劃

喜歡善用暑假、服務社會、尋求工作經驗的同學，本會已從各NGO覓得不同種類的工作（研究、籌備活動等），等待同學應徵。報名表格可於本會網頁下載，或親臨本會會房及工作實習計劃櫃台索取。

工作實習計劃櫃台開放時間：

梁錄琚樓大堂	18/4-22/4	11:30-6:30
邵逸夫平台	25/4-29/4	11:30-6:30

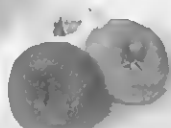
舊卷派發

想熟習試題、應付考試？那便要記得於4月25日、26日中午十二點半至兩點到CYM302室，屆時會有「免費舊卷」派發，所有會員均可享用此項服務！

社科勁過節

社科勁過節，一個香港大學傳統之活動，在於鼓勵各同學努力讀書，大家一齊「勁過」。切燒豬、寫勁過祝、揮春等傳統當然不會缺少，而會員可在許願板寫上祝願，互相鼓勵。另外，各會員將會收到一份精美的「勁過禮物」。節目相當豐富，請大家密切留意。

本會將會舉辦的活動還包括迎新營、開學飯、舊書買賣、高桌晚宴等...敬請密切留意!



有一天在街上閒逛，途經一間時裝店，被櫥窗裏的廣告吸引著：有一個青年被鐵鍊細著，然後附上一個奪人耳目的標題——他被判須回家吃飯。

我愣了一下，為何回家吃飯竟然成了苦事，甚至被渲染成一種刑罰？若然你問我，最喜歡的食物是甚麼，我毫不猶豫便回答說：家裏的食物。除了因為母親清楚我的口味外，更重要的是家中的食物充滿著溫情，這是無價的。「回家吃飯」象徵著家庭生活，何以「家庭生活」竟成了人的負擔？

升上大學，因為家與學校距離較遠，所以搬進宿舍。每週，我都會期待著週末的到來，因可以回家和家人共進晚宴，遇上不快的事情，也可以在飯後和家人吐說。別人說，家庭是每個人的堡壘，我深表認同。

廣告設計人大概是認為，很多青年人覺得家庭是個束縛，所以用這廣告道出他們的心聲，從而爭取年青人對產品的認同與好感。

回家。吃飯

陳偉翰

會員投稿

若然這個堡壘失陷，對青年人有甚麼影響呢？或許是個人偏見，若果連與親人的關係也搞不好，與其他入也很難有發自真心的關懷，關係就流於表面。可能和朋友一起時，大家會表現得很友善，但當獨自一人時，可會感到疏離？沒有彼此關懷，社會又會變成怎樣？

當然，這則廣告可能是在反映現實，但亦有可能在灌輸這觀念，「回家吃飯是一種刑罰」，從而令其他入對家觀念有所改觀，所以我認為在接收外界訊息時，須保持清醒，不要照單全收。

特首更替的政治風波並未隨著代理行政長官的上任而終結。「新的行政長官」任期的問題仍然備受爭議。律政司司長梁愛詩於三月十二日就此事發表官方聲明闡述特區政府在這問題上的立場(全文可參閱三月十三日明報)。從聲明當中可見特區政府對香港法治精神的理解。



在聲明中，政府承認當初以普通法文理解釋(literal approach)去詮釋《基本法》第46條，認為行政長官任期為五年。此立場見於2004年5月林瑞麟回應立法會質詢的書面文件。梁司長認為當時並未有出現對於行政長官中途離任的情況下接任特首的餘下任期長短的不同意見，故有此立場。文中梁司長承認，在近日在多名內地法律專家發表與原有立場不同意見後，會詳加考慮有關係文。本來當法律條文按字面意義解釋產生極為不合理、令人難以接受或多於一個不同的理解時，考慮以其他的法理原則去詮釋實屬正常，例如採用該聲明中後半部分涉及的黃金規則(golden rule)及以立法原意(purposeful interpretation)方法理解。特區政府當初面對議員提問補缺行政長官任期的問題時，政府官員語氣強硬地重申原有立場，並未有再三思慮；但在內地法律專家表達意見後卻軟化立場，加上近期多位中央官員對事件表態，其贊成「餘下任期」的立場鮮明，都難免給人一種錯覺，認為特區政府在立場上的改變是出於政治上的考慮，又或是受中央官員的施壓，而非切實從法理觀點審視問題。

會

員

投

稿

基於各界的疑慮而去探究法律條文，其實並無不妥，但問題重點在於新的解釋是否有法理依據。梁司長對於補缺行政長官任期應改為兩年陳述出多個理由。首先指出國家正、副主席、全國人大國務院、及全國政協等國家機構的補缺者皆只完成餘下任期，基本法應按同一原則理解而毋須以條文作特定闡述。筆者對於此說法感到驚奇，並認為「以國家機構的慣常做法作為理解特區政府運作的法律條文」的法理依據薄弱。內地與特區政府機關運作迥異，內地機關慣常做法極其量只能當作參考，以此作為原則理解《基本法》第46條實在牽強，而「毋須以條文作特定闡述」之說更是強辭奪理。

梁司長亦認為，選委會若與特首任期不相同，「便可能出現某一屆選委會可透過選出任期為5年的特首，將其選擇特首的理念的影響力延後多年的情況，從而過度壓縮了下一屆任期的選委會委員體現其所屬界別的意志的空間。」此解釋是基於黃金規則去詮釋法律條文，認為條文不應做出特首與選委會任



期，甚至推翻其任期前的法例。按梁司長的解釋立法會議員立法的影響力，是否又是壓縮了以後任期的立法會議員體現其所屬界別的意志的空間？影響力延後多年是個弔詭之說，未能站得住腳。梁司長的一段意思模糊的字句也實在令人摸不著頭腦。反而若果補選行政長官任期為餘下任期則會產生一個極為不合理現象。現時法例定明行政長官離職後一百二十日需舉行選舉，其間按《基本法》第53條由代理行政長官履行職務。若行政長官餘下日期為一百二

十一日，難道「新的行政長官」任期為一日？如此，因為定明新的行政長官完成餘下任期而做成的不合理現象，也應被黃金規則否定。

而至於最為多人接納的以立法原意理解「新的行政長官」及「新一屆行政長官」的說法，其實亦有很多被忽略的地方。當年的《基本法》起草委員都認為「新的」及「新一屆」的改動正好體現當時立法原意為新任行政長官完成餘下任期。但當我們要以立法原意去解釋條文時，當中的原意應該是能夠以客觀方法去考証的(objectively testified)，例如是見於當時的會議紀錄，而非由人去憶述當時原意。因為此舉涉及主觀成份，立法者的憶述可能隨時間改變或因其他因素扭曲。到目前為止《基本法》起草委員會檔案資料都只顯示條文在字眼上的改動而並未提及有關原意，《基本法》起草委員的憶述在今天的政治氣氛下也確實有偏離原意之虞。

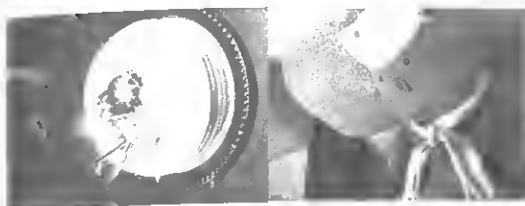
會

員 投 稿

究竟當年立法原意是否如各人所言或是未知的，但可見的是，政府對中央官員的意見奉若神明，而基本法起草委員會成員的「說話」更像是神聖不可侵犯，是當然正確的。尤其在今天各大傳媒以追訪政治人物為首任的報導手法下，從來就無人質疑其合法性。在今天「誰說什麼就是什麼」的氣氛下，香港特區究竟是法治，還是人治？

事件發展至今，特區政府最大的危機是面對司法覆核的挑戰。法理條文的解釋權是在法院而非政府。當前特區政府還只是對事件發表聲明，但不難想像的是，當政府就聲明中所說的立場修改《行政長官選舉》條例時，將會受到嚴峻的考驗。把新法例被推翻的風

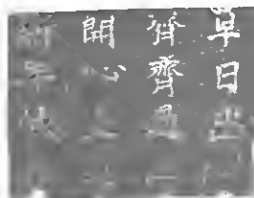
險降至最低的做法是完全依據法理的原則去詮釋條文，而非受人為因素影響下從政治角度出發。尤其是經過領匯事件的教訓後，特區政府更不能忽視司法制度被當成政治工具的可能性。面對種種的挑戰，以法為本的精神本來是特區政府最有力的一面盾牌。但若是政府繼續以人的意向管治香港，則法治精神隨時變為政府的一顆絆腳石。



**Social Sciences
Society hkusu**

**Social
Sciences**

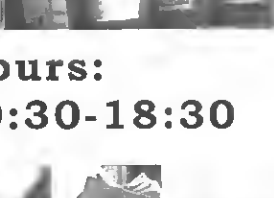
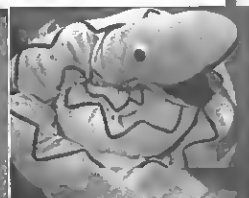
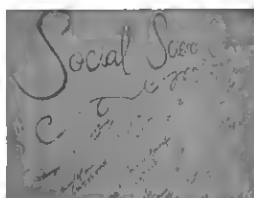
**Society
HKUSU**



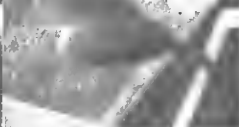
www.hku.hk/ssshkusu



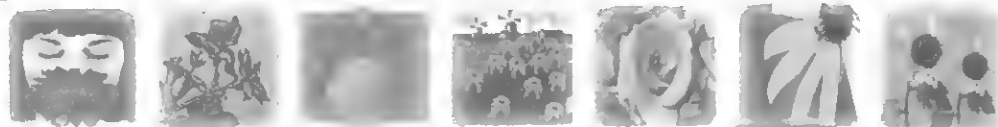
**The Society Room
A place for all:
KKL Building, LG111**



**Opening hours:
Mon-Fri 10:30-18:30**



**Society Board:
KKL Building Concourse**



伊甸園 *Eden Garden*

各國鮮花

新張花籃

結婚花球

園藝佈置

地址：九龍太子道西194號二樓

電話：2380 9919

Wai Kwong

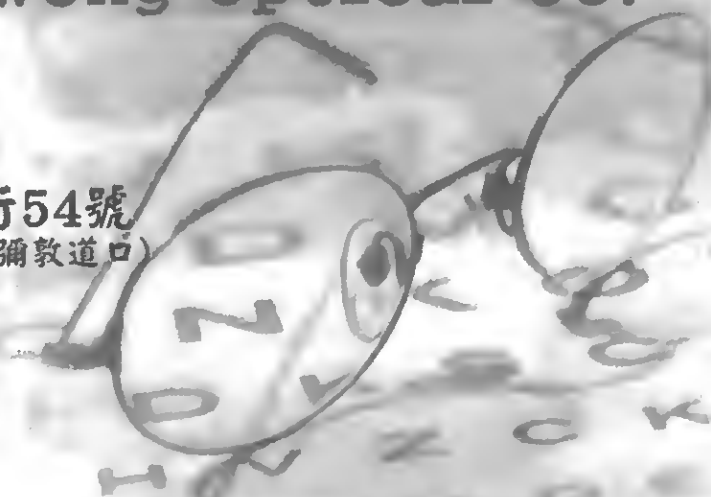
偉光眼鏡公司

Wai Kwong Optical Co.

九龍旺角彌街54號

(始創中心側對面近彌敦道口)

TEL: 2395 6143



號刊 Voice



無此樓名



香港大學學生會
社會科學學會

香港大學梁銹瑤樓LG111

www.hku.hk/ssshkusu/

